

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**OS FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DE MULHERES  
EMPREENDEDORAS NO MERCADO DE SALÃO DE BELEZA NA  
CIDADE DE JOÃO PESSOA-PB**

SHERLANE DE MORAIS ARAUJO

JOÃO PESSOA

2019

**SHERLANE DE MORAIS ARAUJO**

**OS FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DE MULHERES  
EMPREENDEDORAS NO MERCADO DE SALÃO DE BELEZA NA  
CIDADE DE JOÃO PESSOA-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba/UFPB

Professor orientador:  
Profº. Dr. Rosivaldo de Lima Lucena

**João Pessoa**

**2019**

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

A663f Araujo, Sherlane de Moraes.

Os fatores determinantes para o sucesso de mulheres empreendedoras no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB / Sherlane de Moraes Araujo. - João Pessoa, 2019.

51 f. : il.

Orientação: Profº Dr Rosivaldo de Lima Lucena.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Empreendedorismo Feminino. 2. Salão de Beleza. 3. Cabeleireiras de Sucesso. I. Lucena, Profº Dr Rosivaldo de Lima. II. Título.

UFPB/CCSA

## **Folha de Aprovação**

Trabalho monográfico apresentado à banca examinadora como requisito à Conclusão de Curso de Bacharelado em Administração.

**Aluna:** Sherlane de Moraes Araujo

**Trabalho:** OS FATORES DETERMINANTES PARA O SUCESSO DE MULHERES EMPREENDEDORAS NO MERCADO DE SALÃO DE BELEZA NA CIDADE DE JOÃO PESSOA-PB

**Área da pesquisa:** Empreendedorismo

**Data da aprovação:**

Trabalho de Conclusão de Curso Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

### **Banca Examinadora**

---

Orientador: Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Rosivaldo de Lima Lucena

---

Membro 1: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Lucimeiry Batista da Silva

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus por ter me concedido vida, saúde e força para a realização de mais um sonho para mim e minha família.

A meu pai José Ivo de Araújo por todo o apoio, ajuda e ensinamentos durante todos esses anos, a minha mãe Maria da Conceição de Moraes Araújo por todo apoio, carinho e incentivo. A minha irmã Maria Sharlene de Moraes Araujo pela força que sempre me deu e os incentivos. Obrigada minha família por sempre torcerem por mim e por serem meu exemplo de honestidade, amor e de fé.

A minha grande amiga Vanessa Nóbrega Queiroz Barreto por todo seu apoio e ajuda sempre, és um exemplo do significado de amizade.

Ao professor Rosivaldo de Lima Lucena por se disponibilizar a ser meu orientador na realização desta monografia e por transmitir os seus conhecimentos de forma que faz-nos interessar pelo Empreendedorismo.

Aos meus grandes amigos Vinicius Lins, Alexina Gama-Lins, Ranyane Melo, por sua amizade e sempre estarem comigo me apoiando e por torceram por mim.

Aos meus amigos e colegas de curso e de profissão Thatiane e Jefferson pelo apoio e incentivo durante o curso.

Às empreendedoras que se disponibilizaram a transmitir suas experiências e conhecimentos e a contribuir com o seu tempo para a realização da pesquisa para os resultados obtidos neste trabalho.

“Não se conformem com o padrão deste mundo,  
mas deixem que Deus os transformem pela  
renovação da sua mente”.

**Romanos 12:2**

ARAUJO, Sherlane de Moraes. **Os fatores determinantes para o sucesso de mulheres empreendedoras no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB.** Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Graduação em Administração) Universidade Federal da Paraíba, Campus I, João Pessoa-PB.

## **RESUMO**

No Brasil, o empreendedorismo tem crescido de forma gradual devido a fatores como a crise financeira e ao comportamento do próprio brasileiro que, em muitos aspectos, é um empreendedor em potencial. Nesse cenário, a mulher tem se destacado como empreendedora em mercados promissores, como o da beleza e estética. O presente trabalho pretende analisar os fatores determinantes para o sucesso de mulheres empreendedoras que atuam como cabeleireiras na cidade de João Pessoa-PB, verificando, por meio da história de três empreendedoras de sucesso da cidade, quais foram as oportunidades, facilidades e dificuldades encontradas por elas para empreender no mercado da beleza da cidade em que residem e trabalham. Para a obtenção dos dados da pesquisa, foram realizadas entrevistas qualitativas e semi-estruturadas, por história oral, com a finalidade de obter os relatos da vida profissional das cabeleireiras e conhecer o perfil, os fatores e as características de cada uma das três empreendedoras entrevistadas. Buscando conhecer o que contribuiu para o sucesso dos seus empreendimentos, são analisados os pontos comuns e divergentes entre as entrevistadas, as oportunidades e dificuldades que cada uma superou com a determinação de se destacarem cada vez mais no mercado de salão de beleza.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo Feminino. Salão de Beleza. Cabeleireiras de Sucesso.

ARAÚJO, Sherlane de Moraes. **The determining factors for the success of entrepreneurial women in the beauty salon market at the city of João Pessoa-PB.** Term paper (Graduation in Business Management Course) Federal University of Paraíba, Campus I, João Pessoa-PB.

### **ABSTRACT**

In Brazil, entrepreneurship has grown gradually due to factors such as the financial crisis and the behavior of the Brazilian himself, who in many ways is a potential entrepreneur. In this scenario, women have excelled with entrepreneurs in promising markets, such as beauty and aesthetics. The present study aims to analyze the determinants for the success of entrepreneurial women who act as hairdressers in the city of João Pessoa-PB, verifying, through the history of three successful entrepreneurs of the city, what were the opportunities, facilities and difficulties found by them to undertake in the beauty market of the city in which they reside and work. To obtain the research data, qualitative and semi-structured interviews were conducted through oral history, with the objective of obtaining the reports of the professional life of the hairdressers and to know the profile, the factors and characteristics of each of the three entrepreneurs interviewed. Seeking to know what contributed to the success of their enterprises, are analyzed the common and divergent points between the interviewees, the opportunities and difficulties that each one has overcome with the determination to stand out more and more in the beauty salon market.

**Keywords:** Female Entrepreneurship. Beauty Salon. Successful Hairdressers.



## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

SENAC Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

GEM *Global Entrepreneurship Monitor*

ABIHPEC Associação Brasileira da Indústria de Higiene Perfumaria e Cosméticos

MEI Microempreendedor Individual

ME Microempresa

EPP Empresas de Pequeno Porte

SPC Serviço de Proteção ao Crédito

SOFTEX Sociedade Brasileira de Exportação de Software

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Dados Pessoais das Entrevistadas

Quadro 2: Dados Profissionais como Empreendedoras

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1	Delimitação do Tema e Formulação do Problema de Pesquisa.....	12
1.2	OBJETIVOS.....	13
1.3	JUSTIFICATIVA.....	14
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>16</b>
2.1	Empreendedorismo - Origem e Conceitos .....	16
2.1.2	Empreendedorismo no Brasil.....	18
2.1.3	Empreendedorismo Feminino no Brasil.....	19
2.2	Mercado da Beleza no Brasil.....	21
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>23</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>	<b>25</b>
4.1	RESULTADOS DAS PESQUISA.....	25
4.1.2	Resultados Referentes ao Objetivo Específico: Identificar o Perfil das Mulheres Empreendedoras Entrevistadas.....	25
4.2	Resultados Referentes ao Segundo Objetivo Específico: Oportunidades e Facilidades Encontradas Pelas Empreendedoras Entrevistadas.....	29
<b>4.2.1</b>	<b>Empreendedora A.....</b>	<b>29</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Empreendedora B.....</b>	<b>33</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Empreendedora C.....</b>	<b>36</b>
4.3	Resultados Referentes ao Objetivo Específico: Principais Dificuldades Encontradas na Abertura de Suas Empresas Pelas Cabeleireiras Empreendedoras Entrevistadas....	38
<b>4.3.1</b>	<b>Empreendedora A.....</b>	<b>39</b>
<b>4.3.2</b>	<b>Empreendedora B.....</b>	<b>40</b>
<b>4.3.3</b>	<b>Empreendedora C.....</b>	<b>41</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>43</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>45</b>
	<b>APÊNDICE A - PROTOCOLO DE ENTREVISTA.....</b>	<b>49</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho objetiva analisar quais foram os fatores determinantes para o sucesso de mulheres Empreendedoras no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB, analisando o perfil Empreendedor de três mulher que atuam como cabeleireiras e Empreendedoras em suas empresas e verificar quais foram as oportunidades, facilidades e as dificuldades encontradas pelas Empreendedoras no início de suas empresas. Em seguida será apresentada a introdução com a delimitação do tema e formulação do problema e os objetivos da pesquisa, que auxiliará para a compreensão do tema tratado e a sua importância para o mercado da beleza e as futuras Empreendedoras, contribuindo para a compreensão acerca do mercado de salões de beleza, tendo em vista a necessidade de contínuas atualizações e inovações que são frequentemente requeridas dos profissionais da área de salão de beleza.

### 1.1 Delimitação do Tema e Formulação do Problema de Pesquisa.

Perante as dificuldades enfrentadas em momentos de crise econômica, a figura do empreendedor aparece como remédio à escassez de empregos, destacando-se ainda como visionário, capaz de encontrar oportunidades onde o desespero da conjuntura social parece escondê-las como um tesouro precioso. De acordo com de Baggio e Baggio (2014) “o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”. Isso o torna de extrema importância para o giro de capital no País e para a mudança social.

No Brasil, o empreendedorismo tem crescido de forma gradual, anualmente, e isso se deve não apenas a crise financeira que o País enfrenta, mas ao comportamento do próprio brasileiro, que, segundo a pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), de 2016, em parceria com o Sebrae, ter o próprio negócio é o quarto maior sonho do brasileiro, perdendo apenas para viajar pelo Brasil, ter casa própria ou comprar um carro.

Nesse cenário, as mulheres têm conquistado seu espaço, representando cerca de 24 milhões de empreendedoras pelo País, e uma das áreas em que mais atuam é a de serviço, no ramo da beleza (SPC BRASIL, 2014). O mercado da beleza, na contramão da crise,

mostra-se bastante promissor. Conforme dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE (2018), um retrato do mercado de serviços de beleza e estética, considerando-se cabeleireiros, manicures, pedicures e outras atividades estéticas, indicam o crescimento do número de pequenos negócios, a cada ano. Em 2012 eram 292,5 mil e, em 2017 somaram aproximadamente 700 mil pequenos negócios no Brasil ( Microempreendedor Individual MEI, Microempresa ME e Empresas de Pequeno Porte EPP).

Diante da alta concorrência no mercado da beleza, é necessário que os empreendedores do ramo estejam sempre atualizados quanto às tendências, buscando destaque pelo atendimento diferenciado e capacitação contínua. Perante clientes exigentes, permanecer no mercado deve ser a busca constante desses profissionais.

O presente trabalho busca responder o seguinte problema de pesquisa: quais os fatores que determinaram o sucesso de mulheres empreendedoras no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB? Para isso foi realizada uma pesquisa qualitativa, por meio de entrevista estruturada, com 3 cabeleireiras donas de salão de beleza na referida cidade, buscando, por meio desse processo, entender como se tornaram empreendedoras, o crescimento e a sobrevivência no mercado, e conhecer quais as dificuldades que encontraram em seus trajetos, visando, a partir desse estudo contribuir para a compreensão do fenômeno.

## 1.2 OBJETIVOS

- OBJETIVO GERAL

- Analisar quais os fatores que determinaram o sucesso de mulheres empreendedoras no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar o perfil das mulheres empreendedoras que atuam no ramo de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB;
- Verificar quais foram as facilidades encontradas na abertura de suas empresas;
- Verificar as principais dificuldades encontradas na abertura de suas empresas.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

A área de serviços prestados no ramo da beleza está em contínuo crescimento e tem uma grande relevância na economia brasileira. Apesar dos períodos de instabilidade financeira enfrentadas no País, a área da beleza, principalmente empresas de salões de beleza, são as menos afetadas. Entretanto, não são todos os empreendedores do ramo que conseguem alcançar o sucesso esperado nessa área. Para isso, é necessário que os empreendedores desenvolvam a competência estratégica, identificando oportunidades nos negócios, integrando o escopo competitivo com as capacidades administrativas e se ajustando às mudanças do ambiente (MAN e LAU, 2000).

Nesse contexto, o trabalho tem por foco ouvir as três empreendedoras que atuam como cabeleireiras em salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB e abordou os fatores fundamentais que possibilitaram o sucesso das profissionais da área, proporcionando o crescimento, sobrevivência no mercado e um posicionamento de notoriedade entre os demais há mais de cinco anos.

João Pessoa foi escolhida como a cidade de estudo pela quantidade de salões de beleza e, conseqüentemente, uma elevada concorrência para os estabelecimentos. Contudo, mesmo com a concorrência e períodos de crise financeira no País, a área da beleza possui grande demanda de consumidores dos serviços estéticos, viabilizando assim a entrada de novos empreendedores e o crescimento deste ramo no mercado.

O estudo dos fatores que foram determinantes para o sucesso de empreendedoras da área de salão de beleza auxiliará as futuras empreendedoras que, ao observar a causa do sucesso e o caminho que seguiram podem ser impulsionadas para a abertura de seus próprios negócios, e ainda inspirar mudanças para o estabelecimentos já existentes e que precisam de auxílio para alcançar o sucesso na área de salão da beleza. Baron e Shane (2007) explicam que a essência do reconhecimento de oportunidades está no maior acesso às informações, seu uso eficaz e maior habilidade de utilizar as informações relacionadas com oportunidades.

Em vista disso, compreender o conjunto das decisões, planos e estratégias adotadas pelas empreendedoras que obtiveram sucesso tem valiosa importância no crescente mercado da beleza.

Os dados para a pesquisa foram levantados por meio de entrevistas com mulheres empreendedoras, cabeleireiras experientes e já consolidadas no ramo de salão de beleza,

visando a compreender o fator determinante para o sucesso por meio das experiências e história vividas por essas mulheres, procurando conhecer quais foram as oportunidades, os incentivos e as facilidades no trajeto de seus negócios e, por fim, as dificuldades a serem superadas no dia a dia das empreendedoras.

Os resultados do estudo, por meio da análise das entrevistas, é possível que se torne como fonte de auxílio para compreensão acerca das estratégias adotadas no mercado de salão de beleza por mulheres empreendedoras, considerando que o trabalho contém informações relevantes para viabilizar um melhor direcionamento de novos empreendimentos, e favorecer o encorajamento de novas empreendedoras na área de salão de beleza e principalmente ao gênero feminino e, ainda, sugerem-se novas pesquisas sobre o tema em diferentes mercados e como resultado de modo consequente a ampliação do Empreendedorismo no mercado da beleza.

O presente tópico buscou analisar quais foram as oportunidades, dificuldades e as facilidades encontradas pelas cabeleireiras Empreendedoras ao iniciar suas empresas e quais foram os fatores determinantes para o sucesso no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB.

O próximo tópico apresentará a fundamentação teórica que auxiliará para o melhor entendimento acerca do tema tratado no presente trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O segundo tópico é composto pelo referencial teórico que aborda os conceitos relevantes para este trabalho: o Empreendedorismo, o mercado da beleza e suas oportunidades para os empreendedores. Inicialmente apresenta-se a origem histórica do termo Empreendedorismo na sociedade, seus conceitos e a sua relevância para o mundo. Em seguida é estudado a importância do Empreendedorismo para economia brasileira e seus aspectos e ainda a significância do papel da mulher na atuação e sucesso dos empreendimentos no mercado de salões de beleza brasileiros. Por fim, é analisada a oportunidade de mercado no ramo da beleza buscando a compreensão deste.

### 2.1 Empreendedorismo - Origem e Conceitos

Apesar do crescente interesse nacional e internacional sobre o tema Empreendedorismo, ainda não existe uma definição concisa e internacionalmente aceita sobre sua origem. O desenvolvimento desta é paralelo, em grande parte, ao próprio desenvolvimento do termo (HISRICH e PETERS, 2004). No campo etimológico, Ferreira (1999) define Empreendedorismo, como a palavra empreender, adicionado o sufixo “ismo” tendo seu significado como “Deliberar-se a praticar, propor-se, tentar”.

De acordo com Dornelas (2008), o Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de ideias em oportunidades. O indivíduo que é capaz de observar oportunidades de negócio, ou que, diante de cenários de crises econômicas, é levado a buscar alternativas de renda para complementar as necessidades financeiras, iniciando assim seu próprio negócio, pode ser caracterizado como empreendedor.

O empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza (DOLABELA, 2008). Uma definição preliminar para o termo pode ser atribuída ainda a Marco Pólo, no episódio o qual tentou estabelecer uma rota comercial para o Extremo Oriente. No papel de empreendedor, assinou um contrato de um empréstimo a uma taxa de 22,5%, incluindo seguro, com um homem que possuía dinheiro, chamado “Capitalista”, para vender as mercadorias deste. Se Marco Polo, como comerciante aventureiro, fosse bem-sucedido na venda das mercadorias e completasse a viagem, os lucros divididos, cabendo



ao capitalista a maior parte (até 75%), enquanto o comerciante aventureiro ficava com os 25% restantes. O capitalista da época era alguém que assumia riscos de forma passiva enquanto que o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais (HISRICH;PETERS, 2004).

Ainda na idade média, o termo “empreendedor” foi usado para descrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção (HISRICH; PETERS, 2004). De acordo com Dornelas (2005), tal empreendedor não assumia riscos significativos, uma vez que fazia uso de recursos fornecidos, geralmente pelo governo do seu país, para gerenciar e administrar os projetos.

De acordo com Haeming (*apud* ARANHA, 2009) No século XVI, a palavra empreendedor foi usada pela primeira vez na língua francesa (*entrepreneur*), para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares. A partir do século XVII o empreendedorismo começa a ganhar um significado mais concreto, ser estudado e associado a pessoas inovadoras que assumiam riscos em seus negócios para adquirir mais lucro. Uma parcela considerável dos pesquisadores do tema concordam que o pioneiro a estudar e dar um significado ao empreendedorismo foi o economista, escritor e banqueiro Richard Cantillon. Ele foi “um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assume riscos -, do capitalista – aquele que fornecia o capital.” (DORNELAS, 2005).

Por volta do ano de 1765, segundo Haeming (*apud* ARANHA, 2009), o termo empreendedor passa a ser utilizado na França para designar aquelas pessoas que se associavam com proprietários de terras e trabalhadores assalariados. Já em 1800, o economista francês Jean Batist Say utilizou o termo empreendedor em seu livro “Tratado de Economia Política”, onde define o termo como responsável por reunir todos os fatores de produção e descobrir no valor dos produtos a reorganização de todo capital que ele emprega, o valor dos salários, o juro, o aluguel que ele paga, bem como os lucros que lhe pertencem” Say(*apud* DRUCKER, 1987).

Com a publicação da obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico” de Joseph A. Schumpeter em 1911, o empreendedorismo passa a ganhar novo significado. Sobre o empreendedor, o autor afirma que é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. SCHUMPETER (*apud* DORNELAS, 2008). Pela ideologia capitalista clássica, na visão schumpeteriana, o empreendedor é o sujeito inovador

que impulsiona o mercado para o desenvolvimento e atua como agente do desequilíbrio devido à sua capacidade de romper a resistência, que precede qualquer mudança, para implantar coisas novas e renovar as obsoletas (COSTA, BARROS e CARVALHO, 2011).

Após Schumpeter, diversos economistas e pesquisadores vieram a abordar o empreendedorismo, encontrando uma barreira: por se tratar de uma ciência exata, a linha de pensamento dos economistas não aceitava questões que não pudessem ser quantificadas, limitando assim, o seu estudo. As pesquisas voltaram-se para o pensamento comportamentalista na busca de conhecimentos que pudessem ser mais aprofundados no que diz respeito ao comportamento empreendedor (FILION, 1999).

Na contemporaneidade, o sujeito empreendedor é aquele que cria as próprias oportunidades de negócio utilizando também como uma nova ferramenta as redes sociais e networking. Para enfrentar as incertezas, ele se arma com o conhecimento e com a experiência adquiridos para agir com eficiência e eficácia sobre o seu modelo de negócio. Quanto à inovação, ela nasce de sua percepção criativa (MACHADO e NASSIF, 2014). Devido ao desemprego estrutural, observa-se, de maneira crescente, a presença, também marcante, do empreendedor movido, não necessariamente pela oportunidade, e, sim, pela necessidade de sobrevivência. Indivíduos muitas vezes sem condições de se inserir, de maneira adequada, no mercado formal de trabalho, dirigem-se para a atividade empreendedora. Buscam uma alternativa possível de trabalho e geração de renda (SIVAPALAN e BALASUNDARAM, 2012; ZALIO, 2011).

### 2.1.2 Empreendedorismo no Brasil

O termo Empreendedorismo chegou ao Brasil na década de 1970, por meio de algumas universidades que tinham bom conceito junto às universidades americanas, principalmente aquelas ligadas à área tecnológica (NITSCH; DAVID; NETTO (1998, p.152 *apud* GOMES FILHO 2004, p. 29). Porém, o movimento do Empreendedorismo no Brasil efetivou-se na década de 1990, com a criação de entidades como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Antes disso, os ambientes político e econômico do País não eram propícios, não havendo informações para ajudar o empreendedor em sua jornada. O Sebrae é um dos órgãos mais conhecidos do micro e pequeno empresário brasileiro, onde este pode encontrar apoio

necessário para abertura e manutenção de seu negócio. A Softex teve por objetivo levar as empresas de software nacionais ao mercado externo, por meio de diversas ações visando proporcionar ao empresário de informática a capacitação em gestão e tecnologia (DORNELAS, 2001). O termo ‘empreendedor’ começou a ganhar força a partir de então, pois ocorreu a abertura de mercado da economia brasileira, apresentado à inovação para auxiliar as empresas a se adaptarem às novas tendências desse mercado (GOMES FILHO 2004, p.29).

Para Van Stel, Carree e Thurik (2005) o progresso econômico de um país advém, dentre outros fatores, da atividade empreendedora. Segundo os autores, são os empreendedores que introduzem inovações de produtos e de processos e participam ativamente do processo de aumento da produtividade, da concorrência e da geração de empregos. Nos dias atuais, gestores públicos buscam no empreendedorismo uma alternativa para o desenvolvimento regional (SARFATI, 2013). O povo brasileiro, é um dos mais otimistas do mundo, isto pode ser um fator relevante para que haja uma mudança em relação à mentalidade, visando confiança e à disposição de experimentar e aprender (SENGE, 2004).

No Brasil, de acordo com os dados da pesquisa elaborada pelo SEBRAE (2017) em conjunto a *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, revelam que 59,4 % dos empreendedores brasileiros iniciais empreenderam por oportunidade e 39,9% por necessidade. O relatório do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) publicado no final de janeiro de 2019 relativo ao ano 2018, apresentou o resultado do mapeamento realizado no cenário do empreendedorismo em 49 países, o estudo constatou que 53% das empresas em atividade no Brasil são compostas por apenas um indivíduo, sem co-fundadores ou funcionários e sem expectativas de contratação. No mundo, o empreendedorismo individual representa 9% do total. Isso evidencia o quanto o Brasil se destaca quanto a esta modalidade de empreendedorismo, uma vez que o país que mais se aproxima desse resultado é Madagaskar, onde 30% dos empresários estão operando por conta própria (GEM, 2019).

Os dados revelam portanto o valor do Empreendedorismo para a economia do país e a necessidade de apoio e oportunidades para o ramo.

### 2.1.3 Empreendedorismo Feminino no Brasil

A tradição cultural a respeito da mulher sofreu mudanças ao longo dos anos, e a partir da década de 1970, houve um aumento consistente das mulheres no mercado de trabalho, o

que rompeu com o pensamento de que o legado das mesmas era ser apenas ‘donas de casa’. Desde então, a mulher brasileira passou a investir em sua formação e a ganhar espaço em diversos tipos de cargos dentro das organizações (BRUSCHINI, LOMBARDI 2000).

O contínuo crescimento da participação feminina é explicado por uma combinação de fatores econômicos e culturais. Primeiro, o avanço da industrialização transformou a estrutura produtiva, a continuidade do processo de urbanização e a queda das taxas de fecundidade, proporcionando um aumento das possibilidades das mulheres encontrarem postos de trabalho na sociedade (SILVA, SANTOS e TEIXEIRA, 2005). Gomes (2004), corrobora com o entendimento, afirmando que o crescimento da presença no mercado das mulheres na esfera econômica demonstra um movimento diverso daquele tradicionalmente verificado na sociedade até então. Não se trata apenas de episódios de ingresso no mercado de trabalho para complementar a renda familiar, embora essa motivação também esteja presente, especialmente quando se consideram as sucessivas crises da economia brasileira e as altas taxas de desemprego. Trata-se de uma mudança social de grandes proporções, pois envolve transformações nas expectativas de vida profissional, pessoas e nas relações familiares.(GOMES, 2004)

No Empreendedorismo, as mulheres estão conquistando cada vez mais espaço. Esse crescimento se deve, em grande parte, ao avanço da mulher no mercado de trabalho e também em resposta à discriminação sofrida em ambientes corporativos (Machado, 2012; Gebran & Nassif, 2010). De acordo com o estudo da Global Entrepreneurship Monitor do ano de 2017, conduzido pelo SEBRAE, mais de 24 milhões de mulheres são empreendedoras no Brasil, muito semelhante ao contingente masculino que chega a 25 milhões. Apesar da sociedade enxergar com bons olhos pessoas que empreendem, ainda considera esta uma atividade tipicamente masculina, principalmente se o ramo escolhido não estiver associado àquelas profissões consideradas ‘adequadas para mulheres’ (MACHADO, 2012).

Na busca pela compreensão do perfil da empreendedora brasileira, a SPC Brasil realizou, no ano 2014, uma pesquisa abrangendo as 27 capitais brasileiras, que revelou que a mulher divide ou é a principal provedora da casa (70%), mas por outro lado, 47% assumem sozinhas as tarefas domésticas, mesmo entre as empreendedoras. Nota-se, portanto, que não há um deslocamento ou ressignificação do papel que a mulher ocupa na sociedade, apenas foi incorporado mais um elemento a esta identidade. Em uma amostra dividida igualmente entre os setores de comércio e serviço, foi identificada a maior participação do setor de serviços

entre as empreendedoras que trabalham por conta própria (57%) e que são informais (61%). Os principais ramos de atuação delas são: 20% em salões de beleza, incluindo clínicas de estética e serviços particulares; 12% em restaurantes, bares, lanchonetes, bufês e similares; 11% em comércio de tecidos, vestuário e armarinho, calçados e similares; 7% atuam no conserto e confecção de roupas. Um terço das empreendedoras pesquisadas escolheram o ramo de atividade baseado na aptidão para o negócio, principalmente mulheres que atuam no setor de serviços, perfil conta própria, informal e classe C/D/E. A experiência pregressa no ramo também é um fator de influência.

Tais dados revelam, portanto, um relevante interesse das empreendedoras pela área da beleza, sendo esta bastante ampla e de variadas oportunidades.

## 2.2 Mercado da Beleza no Brasil

O ramo de salões de beleza é uma área de negócios que está em constante crescimento no mercado de beleza brasileiro, pois o Brasil é um dos países que mais consomem produtos e serviços ligados à beleza o país está entre os cinco países que mais consomem. Os serviços com maior demanda oferecidos em salões de belezas são liderados por serviços oferecidos na área de cabelos e unhas, segundo a ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, o setor de beleza é um dos mais movimentados e obteve um crescimento de 2,77% no ano de 2018 em relação a 2017, espera-se um crescimento ainda maior para 2019.

Tendo em vista que essa é uma área em ascensão e que não foi fortemente afetada pelo estágio financeiro que o país se encontra, o mercado de beleza está se tornando continuamente forte e tende a se fortalecer ainda mais tornando-se cada vez mais além de uma alternativa para possíveis novos empreendedores, torna-se uma oportunidade para investir e iniciar um novo negócio.

Os salões de bairro são uma oportunidade para empreender, os números salões em bairros residenciais cresceram nos últimos anos sejam de pequenos ou grandes espaços de beleza, o ramo ainda possui muito espaço para empreendedores que investem em qualidade e diferenciais.

Dado que ao observar o ambiente em que está inserido os empreendedores enxergam uma conjuntura e utilidade em oferecer serviços de salão de beleza em seus próprios bairros

uma vez que hoje em dia as pessoas sejam homens, mulheres e crianças são frequentadores assíduos dos salões de beleza e buscam ter confiança em seus profissionais e estabelecimentos.

O capítulo atual buscou cooperar no entendimento da temática por meio do embasamento do conhecimento de autores sobre o tema tratado neste estudo. No próximo capítulo será apresentado os procedimentos metodológicos utilizados para a obtenção dos dados e informações necessárias para a realização do estudo.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, serão apresentados os métodos aplicados na pesquisa para a coleta de dados e levantamento de informações necessárias para analisar e verificar quais são os fatores determinantes para o sucesso das mulheres cabeleireiras e empreendedoras em salões de beleza na cidade de João Pessoa. As informações foram levantadas a partir da história oral das suas experiências de vida e profissionais relatadas pelas mulheres entrevistadas por meio de entrevistas semiestruturadas. Quanto às informações para uma pesquisa adquiridas por meio de entrevistas, Freitas (2006, p. 23) expõe que “a maioria das entrevistas feitas por esses profissionais visa esclarecer e/ou elucidar algum assunto ou ponto de vista de envolvidos em alguma questão”. Sendo este método um meio muito utilizado para a captação de dados.

A pesquisa para a realização deste trabalho se configura como qualitativa e descritiva, com a participação de três mulheres que atuam como cabeleireiras e administram desde as rotinas administrativas às atividades fim do próprio salão de beleza. Fonseca (2009, p.35). diz que “Nesse tipo de pesquisa, o pesquisador se propõe a participar, compreender e interpretar as informações” que em complemento Creswell (2010) afirma que “pesquisa qualitativa é uma investigação da análise empregada em concepções filosóficas, estratégias de investigação e métodos de coleta, análise e interpretação dos dados; e a pesquisa do tipo descritiva descreve como os fatos foram.”. Ou seja, ao realizar a entrevista leva-se em conta as principais informações fornecidas pelo entrevistado que gerarão o resultado esperado do propósito da pesquisa. No presente trabalho, busca-se analisar o perfil das mulheres empreendedoras que atuam como cabeleireiras em João Pessoa-PB e verificar quais foram as principais oportunidades, facilidades e dificuldades encontradas por elas, assim como os fatores que contribuíram para o sucesso das mesmas no negócio, para compreender o diferencial por elas produzido no mercado de beleza pessoense. Tal procedimento caracteriza a pesquisa qualitativa e descritiva, indo ao encontro com a afirmação de Gerhardt e Tolfo (2009, p. 35) que dizem que a natureza deste tipo de pesquisa explica o porquê das coisas através dos resultados oferecidos.

No que se refere à metodologia da pesquisa por História Oral, Freitas (2006, p.18) diz que “história oral é um método de pesquisa que utiliza a técnica da entrevista e outros procedimentos, no registro de narrativas da experiência humana”. Por meio deste método é

possível obter as informações necessárias, geralmente gravadas, como forma de registro, contadas pelo entrevistado ao entrevistador.

A estratégia utilizada para a obtenção das informações foi adotar a metodologia da realização de uma entrevista individual com cada uma das empreendedoras participantes, em dias distintos, onde as entrevistadas responderam às perguntas de caráter semi-estruturado, possibilitando o relato das suas experiências e sua história de forma oral. Com as informações coletadas na pesquisa foi possível identificar o perfil das empreendedoras, as oportunidades, facilidades e dificuldades em comum encontradas por elas em seus trajetos particulares.

Foram apresentados os procedimentos metodológicos que foram utilizados para a coleta dos dados e informações fundamentais por meio de pesquisa qualitativa e entrevistas semi-estruturadas que forneceram o conhecimento necessário para a realização do estudo e do presente trabalho. O próximo tópico apresentará a análise e interpretação dos resultados obtidos na referida pesquisa.



## **4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS**

O presente trabalho objetivou analisar, por meio das experiências vividas e relatadas pelas três empreendedoras entrevistadas, quais os fatores foram determinantes para o sucesso dessas profissionais, que atuam como cabeleireiras em salões de beleza em João Pessoa-PB. Por meio das entrevistas, foi possível conhecer sobre o fenômeno a partir da compreensão sobre as competências das empreendedoras, o porquê de suas escolhas profissionais, suas percepções sobre oportunidades na área, os motivos que as incentivaram a empreender no ramo da beleza e, principalmente, os fatores fundamentais que fizeram essas empreendedoras superarem os desafios e dificuldades para alcançarem o sucesso em seus negócios no mercado.

As motivações para iniciar o próprio negócio na área da beleza podem parecer diferentes, mas não são tão distintas entre si. Isso é perceptível ao analisarmos a História de Vida das entrevistadas, que compartilham semelhanças sobre alguns de seus objetivos, metas, percepções e visão de mercado da beleza local. Ambas encontraram oportunidades e facilidades, e ainda enfrentam dificuldades parecidas. A obstinação é uma característica comum entre as entrevistadas, que buscam continuamente a atualização de novas técnicas, tendências e qualidade no atendimento para manter-se no mercado de salões de beleza pessoense.

Para a apresentação a seguir dos resultados deste estudo, as entrevistadas foram identificadas por meio das letras A, B, C, no intuito de manter protegidas suas identidades.

### **4.1 RESULTADOS DA PESQUISA**

#### **4.1.2 Resultados Referentes ao Objetivo Específico: Identificar o Perfil das Mulheres Empreendedoras Entrevistadas.**

Neste tópico iremos identificar os resultados referentes ao primeiro objetivos específico obtidos da análise dos perfis das mulheres empreendedoras que atuam no ramo de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB

**Quadro 1: Dados Pessoais das Entrevistadas**

Entrevistada	Faixa Etária	Naturalidade	Estado Civil	Grau de Escolaridade	Cursos na área	Área de atuação antes da empresa
A	33 anos	João Pessoa-PB	casada	Graduação em Contabilidade	Cabeleireira Profissional maquiagem e Estética facial	-
B	38 anos	São Paulo-SP	casada	Ensino Médio completo	Cabeleireira Profissional e Manicure	Balconista
C	39 anos	João Pessoa-PB	casada	Ensino Médio completo	Cabeleireira Profissional e Maquiagem	Auxiliar de Enfermagem

**Fonte:** Pesquisa de Campo (2019)

No Quadro 1 encontram-se os atributos pessoais das empreendedoras entrevistadas, com os dados referentes às suas características individuais quanto às suas faixas etárias, o local de nascimento de cada entrevistadas (naturalidade), qual o estado civil atualmente, o nível de grau de escolaridade, se possuem cursos profissionalizantes na área da sua atuação profissional atual como cabeleireiras e se atuaram profissionalmente em outras áreas antes de iniciarem seus negócios na área de salões de beleza como empreendedoras.

Como evidenciado no Quadro 1 pode-se observar que:

**Empreendedora A:** Sua idade atualmente é de 33 anos, é natural de João Pessoa-PB, é casada, estudou em uma instituição de ensino superior onde cursou Bacharelado em Contabilidade e cursos profissionalizantes na área da beleza sendo estes de cabeleireira profissional e estética que fazem parte da sua área de atuação atualmente. Iniciou sua carreira profissional como cabeleireira aos 18 anos e não exerceu outras atividades profissionais anteriormente.

**Empreendedora B:** possui a idade de 38 anos, nasceu em São Paulo, mudou-se para João Pessoa - Paraíba, com sua família ainda em sua adolescência, é casada e seu nível de escolaridade é médio (2º grau). Possui cursos profissionalizantes na área da beleza de cabeleireira profissional e curso técnico de manicure. Antes de iniciar suas atividades como cabeleireira, trabalhou em uma loja de conveniência na cidade de São Paulo, exercendo a função de balconista.

**Empreendedora C:** possui a idade de 39 anos, nasceu em João Pessoa-PB, é casada e possui nível de escolaridade médio. Fez cursos profissionalizantes na sua área de atuação de cabeleireira e maquiagem profissional, especialmente para noivas e formandas. Antes de ingressar no ramo de salões de cabeleireiros trabalhou como auxiliar de enfermagem em um hospital da capital paraibana, até quando surgiu o interesse pela área da beleza e decidiu investir no ramo.

Podemos observar que as empreendedoras possuem semelhanças no que tange à sua profissionalização na área da beleza. As três entrevistadas têm em comum o curso profissionalizante de cabeleireira oferecido por centros de ensino de profissões na área da beleza localizados na cidade de João Pessoa. As três possuem ainda em comum a adição de mais um curso complementar na área diferindo entre estética, manicure e maquiagem profissional.

A empresária A possui graduação em nível superior em Contabilidade não exercendo sua profissão, já as empresárias B e C não possuem curso superior e exerceram atividades profissionais, tendo a empresária B atuado como balconista de uma loja de conveniência e a empresária C atuantes como auxiliar de enfermagem em um grande hospital de João Pessoa, antes de iniciarem como empreendedoras em seus negócios até os dias atuais.

**Quadro 2: Dados Profissionais como Empreendedoras**

Cabeleireira Entrevistada	Ano de Fundação da empresa e Tempo de mercado	Natureza Jurídica	categoria formal da empresa	Nº de Sócios	Nº de Funcionários	Horas trabalhadas por dia	Média de Renda da Empresa (em salários mínimos)
A	2004 15 anos	formal	MEI	0	0	8 a 10	1 a 5 salários
B	2000 19 anos	formal	MEI	0	1	10 a 12	6 a 10 salários
C	2009 10 anos	formal	MEI	0	1	10 a 12	6 a 10 salários

**Fonte:** Pesquisa de Campo (2019)

No quadro 2 é evidenciado o conjunto de informações relacionadas à vida profissional das entrevistadas na qualidade de cabeleireiras empreendedoras, onde estão dispostos os dados sobre o tempo de atuação e o ano de fundação de suas empresas no mercado de salões de beleza pessoense, e ainda a natureza jurídica do empreendimento referente à atividade econômica de serviços para o mercado exercidas pelas empresárias. Pode-se observar que as empresárias entrevistadas têm a características em comum de serem as únicas responsáveis pela administração de suas empresas não havendo parceria com sócios. Tais dados corroboram com a pesquisa realizada pela SPC Brasil no ano de 2014, que revela que 5 em cada 10 empreendedoras brasileiras trabalham por conta própria (sem funcionários os auxiliares no negócio), principalmente mulheres que atuam no setor de serviços, perfil Informal e classe C/D/E.

Os salões de beleza são formalizados e estão incluídos na categoria de MEI microempreendedor individual que, de acordo com o Portal do Microempreendedor:

A formalização é o procedimento que dá vida à empresa, ou seja, é o registro empresarial que consiste na regularização da situação da pessoa que exerce atividade econômica frente aos órgãos do Governo, como Junta Comercial, Receita Federal, Prefeitura e órgãos responsáveis por eventuais licenciamentos, quando necessários.

As empresárias entrevistadas acreditam que a formalização é de fundamental importância para a vida empresarial, pois, assim, podem trabalhar de maneira segura e protegidas pela lei, deste modo podendo contratar uma funcionária para auxiliar nos serviços oferecidos pelo salão de beleza, como é o caso das empresárias B e C ambas contam com o apoio de um colaborador.

A jornada de trabalho, diariamente, tem em média uma duração mínima de oito horas, podendo chegar em média a 12 horas trabalhadas por dia. No Quadro 2, temos que a média da renda em salários mínimos por mês, de acordo com a empresária A é um valor entre um a cinco salários por mês, todavia o valor é frequentemente próximo a cinco salários. As empresárias B e C informaram que suas rentabilidades salariais estão entre seis e dez salários mínimos mensais.

#### 4.2 Resultados Referentes ao Objetivo Específico: Oportunidades e Facilidades Encontradas na Abertura de Suas Empresas pelas Empreendedoras Entrevistadas.

Neste tópico será abordado os resultados da análise referentes à proposta do segundo objetivo específico de verificar quais foram as facilidades percebidas pelas mulheres empreendedoras na área de salão de beleza na cidade de João Pessoa.

##### 4.2.1 Empreendedora A

A empreendedora A decidiu por iniciar suas atividades no mercado da beleza aos 17 anos, quando se indagou o que gostaria de fazer após o fim do ensino médio. C se interessava em cuidar dos seus cabelos e de sua família, então, pensou que essa seria uma boa escolha de carreira. Constatou que, nas proximidades de sua vizinhança, não havia muitos salões de beleza e percebeu, então, uma oportunidade para iniciar seu negócio. Leite e Oliveira (2007) afirmam que existem dois tipos de Empreendedorismo: o Empreendedorismo por Necessidade, criados por não haver outra alternativa, e o Empreendedorismo por Oportunidade, que surge da descoberta de uma oportunidade de negócio lucrativa, sendo o segundo o que caracteriza o empreendimento da Empreendedora A.

Desde muito nova eu gostei de cuidar dos meus cabelos e minha primas e amigas sempre me pediam pra pintar ou cortar os cabelos delas e sempre ficava satisfeita ao perceber que elas gostaram do resultado e com isso o meu gosto por cuidar de cabelos foi aumentando e na época não me via fazendo outra coisa a não ser trabalhar com cabelos e ter um dia o meu próprio salão.

Machado e Nassif (2014) afirmam que, para enfrentar as incertezas, o empreendedor se arma com o conhecimento e com a experiência adquiridos para agir com eficiência e eficácia sobre o seu modelo de negócio. Quanto à inovação, ela nasce de sua percepção criativa. Os primeiros passos a seguir para a profissionalização das atividades como cabeleireira vieram logo em seguida da sua decisão:

Assim que decidi que era isso o que eu queria fazer conversei com minha mãe a respeito, ela me apoiou na minha decisão e decidiu então pagar-me um curso em uma escola de beleza profissionalizante no centro de João Pessoa e desde o primeiro dia de aula fiquei encantada com as novas técnicas e a forma de aprendizado e então percebi que eu realmente tinha feito a escolha certa.

Dentre as características dos empreendedores de sucesso, de acordo com Dornelas (2008), estão os fatores otimismo e paixão pelo que fazem, e como relata a Empreendedora A, podemos perceber o entusiasmo com a área em que decidiu atuar. O curso teve duração de um ano e durante este período ela começou a pôr em prática tudo que aprendera nas aulas e começou a trabalhar em domicílio. A sua demanda de clientes foi aumentando gradualmente por meio da divulgação dos seus serviços entre vizinhos e amigos com o *marketing* “boca a boca”:

Assim que aprendi algumas técnicas fundamentais para um bom corte de cabelo, para a transformação da cor capilar, técnicas de mechas e para a utilização correta de químicas alisantes me senti segura o bastante para começar a divulgar o meus serviços entre amigos e vizinhos do bairro, fui então demonstrando o meu trabalho e os que já eram meus clientes iam divulgando para os amigos e conhecidos deles e pouco a pouco a clientela foi aumentando, muitas pessoas me procurando pra agendar um dia em que eu poderia ir à suas casas até mesmo pessoas que moravam um pouco mais distantes da minha casa vinham me procurar pelos serviços de cabeleireira e eu quando tinha tempo acabava os atendendo na minha casa mesmo.

Com o aumento da procura pelos serviços de cabeleireira, muitos clientes já se deslocavam até sua casa, tornando inviável permanecer com o atendimento em domicílio, que

era custoso por conta do deslocamento demandava mais tempo devido à locomoção até a casa dos clientes. Então, pouco tempo após a empreendedora A finalizar o curso de cabeleireira profissional, sentiu que já estava apta profissional e financeiramente para abrir seu próprio salão de beleza:

Antes mesmo de eu terminar o curso de cabeleireira profissional já estava atendendo um bom número de pessoas em casa e já não estava compensando eu me deslocar até a casa do cliente pois isso me demandava muito tempo além de não ser prático carregar os meu equipamentos como o secador, chapinha, as escovas comigo, principalmente porque eu me deslocava de transporte público, já que não possuía carro particular na época, Como desde o início do curso sempre pensei em ter meu próprio espaço fui juntando dinheiro que ia recebendo dos clientes pelo meu trabalho no intuito de abrir o meu salão mesmo que simples ou pequeno assim que possível, comecei então a pesquisar os preços dos móveis e demais recursos necessários para se ter em um salão de beleza e também comecei a procurar por um espaço modesto próximo a minha casa já que ainda não possuía uma grande reserva de dinheiro.

Ao pesquisar pontos comerciais que se adequassem às suas necessidades e capacidades financeiras, a empresária A encontrou o local próximo a principal avenida de seu bairro, onde há um grande fluxo de pessoas e possíveis clientes. Trata-se de uma zona comercial, com lojas de móveis e roupas. Percebendo que não existiam salões de beleza nas proximidades, surgiu então a oportunidade de investir suas economias para a abertura do salão naquele local:

Quando fui pesquisar o local para abrir meu salão tive em mente que deveria ser próximo da minha casa mas que também fosse próximo a avenida principal pois isso me traria uma maior visibilidade para captar novos clientes pois se trata de um lugar que tem muita circulação de consumidores, encontrei um ponto com essas características ideal para a abertura do meu salão e o melhor é que o aluguel caberia no meu orçamento, na época não havia incentivos financeiros por parte do governo e eu sabia que o investimento seria alto para mim e que o retorno provavelmente demoraria um pouco mas eu estava disposta a assumir esse desafio.

Com a abertura do salão, foi possível proporcionar um melhor e mais confortável atendimento e ainda novos serviços às suas clientes, oferecendo pacotes de beleza que incluíam corte, tratamento capilar, penteados modernos e limpeza de pele, o que já preparava a cliente para receber uma posterior maquiagem:

Quando abri o salão busquei formas de promover mais ainda meus serviços e lancei um pacote de beleza que já permitia as clientes saírem do salão praticamente prontas para um evento pois cuidava de seus cabelos de acordo com o o solicitados e oferecia uma limpeza de pele ficaria então faltando

apenas a maquiagem que ainda não era minha área percebi então que as cliente gostaram muito da ideia do pacote mas todos opinaram que seria mais viável se houvesse uma maquiadora no próprio salão foi aí que percebendo que essa seria uma oportunidade resolvi fazer um curso de maquiagem profissional e posteriormente um de estética facial para atender a demanda dos clientes.

Ao perceber uma nova demanda por parte das suas cliente em busca de pacotes de serviços de beleza mais completos, que incluíssem maquiagem e serviços de manicure, a empreendedora A buscou complementar as suas qualificações realizando cursos de maquiadora profissional e de estética facial, para assim atender suas clientes de forma mais abrangente e de acordo com a demanda. Optou ainda por fazer uma parceria com uma manicure, alugando uma sala para esta, onde a empreendedora ficaria com uma pequena porcentagem dos serviços para que o seu salão pudesse assim oferecer um pacote de serviços completos:

Fiz o curso de maquiagem profissional que durou em torno de três meses e durante o curso eu treinava muito em modelos do próprio curso e fazia promoções no salão onde ao fazer o cabelo ganharia uma maquiagem simples para assim ir treinando minhas habilidades de maquiadora fazia também promoções de limpeza de pele profunda e as clientes começaram a gostar muito dos resultados e começaram a solicitar maquiagens mais sofisticadas para festas de aniversário, eventos e até para festas de casamento e aí surgiu a idéia de fazer um pacote de grande eventos de noivas e formandos.

Ter um pacote de serviços mais completos possibilitou a oportunidade de elevar o nível dos pacotes de serviços já oferecidos no salão de beleza. Com o pacote de Dia da Noiva e o pacote de Formandos abriu-se um novo leque de oportunidades para a empreendedora A:

Devido a grande procura por serviços mais completos para grandes eventos como casamentos e festa de formaturas universitárias a estratégia de criar pacotes que atendessem esse público tornou o salão uma espécie de referência a todos da região do bairro pois meu salão era o único a oferecer esses serviços na época sendo o pioneiro na região. Eu acredito que a minha constante busca por atualização e inovações, procurando sempre atender de forma justa e com excelência os meus clientes foi o que possibilitou, ainda que enfrentando muitas dificuldades, conquistar e fidelizar meus clientes que em sua maioria permanecem meus clientes até hoje.

A empreendedora A percebeu a importância da busca pela constante atualização e inovação no mercado de beleza para se manter estável diante da forte concorrência do



ramo em João Pessoa. Buscou fazer um curso superior na área de Contabilidade, pois sempre quis fazer uma faculdade e em uma área que pudesse a auxiliar no trabalho que desempenha como empreendedora:

Eu acredito que a constante atualização e busca por inovações de técnicas e serviços a oferecer para os clientes é a melhor forma de mantê-los fidelizados e para a conquista de novos clientes e é isso que eu busco aplicar no meu salão de beleza até hoje. Busquei fazer uma faculdade que sempre foi o meu sonho me formar no ensino superior mas tinha em mente que seria uma profissão que pudesse me dar várias alternativas de áreas de trabalho e que pudesse principalmente de auxiliar no trabalho no qual já atuo atualmente e os conhecimentos adquiridos em Contabilidade facilitaram muito o meu dia a dia como empreendedora. Mesmo com todo o conhecimento eu acredito para isso a cabeleireira deve ter amor pelo que faz pois é isso que vai permitir o desejo de sempre continuar e seguir em frente apesar dos desafios que essa área apresentam.

Tal gesto corrobora com Baggio e Baggio (2014) que conclui que “o bom empreendedor, ao agregar valor aos produtos e serviços, está permanentemente preocupado com a gestão de recursos e com os conceitos de eficiência e eficácia”.

#### **4.2.2 Empreendedora B**

A empreendedora B nasceu em São Paulo e lá trabalhava exercendo a função de balconista em uma loja de conveniência de sua família, próximo ao famoso Bairro da Liberdade. Os primeiros incentivos para a empreendedora vir a se tornar uma cabeleireira vieram da sua família, principalmente o seu pai, que sempre a pedia que lhe cortasse os cabelos. Por acreditar nas habilidades da filha, estimulou-a a fazer um curso de cabeleireira profissional:

Ser cabeleireira nunca havia passado por minha mente antes, embora, eu sempre gostei de cortar cabelo e principalmente pintar os cabelos das minhas irmãs mais novas, por sermos de uma família descendente de asiáticos, como de costume, cuidar da beleza sempre foi algo muito importante para nós e por eu ser a filha mais velha dentre os meus irmãos exercer a atividade de cabeleireira da família já estava atribuída a mim e eu gostava de ver a satisfação das pessoas quando viam o resultado. Um dia meu pai me perguntou se eu gostaria de fazer um curso de cabeleireira profissional e se eu quisesse poderia trabalhar nessa profissão até que mais futuramente eu poderia escolher uma outra se assim desejasse, ele me incentivou mas me deixou livre para decidir e foi isso o que mais me impulsionou a conhecer

melhor esse meio pois se trataria de algo que eu gostava e não custava conhecer melhor esse mercado da beleza.

Ao iniciar o curso de cabeleireira profissional, a empreendedora B se identificou prontamente com a área de salões de beleza e o mercado da beleza em si, aproveitando cada oportunidade para obter aprendizado e experiência no próprio curso profissionalizante:

Assim que eu iniciei o curso de cabeleireira profissional prontamente me identifiquei com a área, o método de ensino e o aprendizado foram muito importantes para nos inserirmos no mundo da beleza. Eu estava realmente bastante entusiasmada com cada aula, cada oportunidade de pôr em prática o que havia aprendido e me encantava com o resultado quando percebia que eu tava aprendendo coisas novas a cada dia e com isso fui me apaixonando pela área e já comecei a pensar em realmente seguir exercendo esta profissão.

Ao finalizar o curso de cabeleireira, a empreendedora B optou por começar a trabalhar como assistente em um grande salão de beleza próximo a sua residência, para assim adquirir mais experiência e confiança:

Assim que o curso de cabeleireira terminou decidi que gostaria de trabalhar primeiro em um salão de beleza assim poderia adquirir mais experiência treinando e observando as cabeleireiras que já possuem bastante experiência na área, então consegui uma vaga de assistente de cabeleireiro em um grande salão próximo a minha casa, nesse salão tinha sempre muitos clientes e pude praticar bastante e principalmente observar os procedimentos mais sofisticados que as cabeleiras oficiais realizavam esse foi um período de bastante aprendizado, aprendi novas técnicas que no salão não são ensinados no cursos no qual apenas no dia a dia como cabeleira e com a experiência que se aprende. Eu acredito que foi uma experiência válida para eu compreender na época a importância de estar sempre se atualizando-se e a importância de prestar sempre excelentes serviços e atendimento ao cliente, assim como também ampliou a minha visão da área da beleza e do mercado em que atuo.

Após um período trabalhando no salão de beleza, houve uma mudança na rota de sua família, no qual seu pai recebeu uma proposta de ser sócio-gerente de uma filial de uma loja de acessórios e maquiagens juntamente com o um irmão que morava na cidade de João Pessoa. De comum acordo decidiram se mudar para a nova cidade onde incerteza e novas oportunidades surgiriam:

Eu já estava trabalhando no grande salão há pouco mais de um ano e já estava me preparando financeiramente para em breve abrir o meu próprio espaço de beleza quando o meu pai recebeu um proposta de ir para João

Pessoa trabalhar com o meu tio que já tinha uma grande loja de bijuterias, acessórios e maquiagem que estava indo muito bem na capital e estava com planejamento de abrir outra loja no qual o meu pai seria sócio-gerente então conversamos e concordamos em dar esse passo mesmo sendo completamente novo decidimos vir com ele para João Pessoa. Quando chegamos a adaptação foi um pouco demorada e eu ficava sempre pensando o que eu faria na cidade? trabalhei alguns meses com meu pai na loja mas sabia que não era isso que gostaria de continuar a fazer, eu queria continuar trabalhando na área de salão de beleza pois eu havia me identificado muito com a área, mas a insegurança de não conhecer muito sobre o mercado de beleza pessoense me assustavam um pouco, então, comecei a frequentar *workshops* de beleza na cidade e tentar compreender melhor qual a demanda das clientes da cidade e então percebi que eu possuía um grande conhecimento sobre novas técnicas que ainda não eram adotadas pelas cabeleiras aqui na paraíba e assim enxerguei isso como uma ótima oportunidade e então a minha vontade de abrir o meu próprio salão de beleza se renovou.

Tal comportamento vai ao encontro com o que afirma Drucker (1987), sobre a inovação ser o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente (DRUCKER, 1987). A empreendedora B focalizou os seus próximos passos a seguir nos negócios e em novas oportunidades, não nas dificuldades diante do novo cenário.

Para compreender melhor o mercado em que está atualmente inserida, contou com a ajuda e orientações do SEBRAE, que contribuiu para que a empreendedora realizasse uma pesquisa de mercado, percebendo que seria viável abrir um salão de beleza no bairro em que mora e atua como cabeleireira até os dias atuais:

Após perceber que eu já possuía um bom conhecimento sobre técnicas avançadas de cortes, colorimetria e transformação química, busquei pesquisar melhor sobre os gostos das clientes paraibana por meio dos *workshops* que participei mas busquei ajuda principalmente do SEBRAE que me auxiliou a fazer uma pesquisa de mercado sobre a área de salões de beleza aqui em João Pessoa, as dicas foram de importância fundamental para compreender o mercado de beleza pessoense e acerca de produtos mais utilizados e quais as maiores demandas das consumidoras desta área aqui na cidade.

Para Baggio e Baggio, (2014), Empreendedores são criativos e sabem captar novas ideias das outras pessoas e de outras fontes, estando de acordo com o que a empresária desempenhou no início da empresa, onde ao observar os serviços dos salões locais percebeu o

diferencial em seus serviços, a divulgação do trabalho e a superação dos desafios como nova empreendedora cabeleireira:

Quando me senti mais segura sobre conhecer melhor o mercado da beleza de João Pessoa me programei para abrir meu salão de beleza e conversei com os meus pais sobre a possibilidade de construirmos o salão na área do jardim da nossa casa já que tem um bom espaço e fica localizada em uma das principais avenidas do nosso bairro, eles concordaram e então construímos o salão era um salão modesto mas espaçoso o suficiente para atender bem os clientes. Fiz bastante divulgação na vizinhança sobre a abertura do salão e os primeiros meses tiveram muitas promoções para que as clientes conhecessem melhor o meu trabalho e fui explicando pra elas sobre as novas técnicas que eu havia aprendido em São Paulo e que eram tendência na época e todas ficaram muito curiosas a respeito e retornavam para que eu aplicasse em seus cabelos essas novas técnicas de coloração mechas e alisamentos da qual eu havia divulgado e todas gostaram muito do resultado e sempre retornavam para que eu as atendessem e as técnicas se tornaram novidade entre as mulheres do bairro então sempre indicavam o meu salão e as novas técnicas utilizadas por mim eu acredito que foi uma ótima oportunidade para mim que proporcionou em menos de um ano eu já comecei a ter clientes fidelizadas e um bom número de clientes por mês.

Manter-se atualizada e busca sempre aperfeiçoar-se é uma dica importante para manter-se bem no mercado da beleza e usufruir de recursos tecnológicos é uma boa estratégia como forma de atualização de tendências internacionais para conquistar ainda mais os clientes:

Eu procuro sempre me manter atualizada e sempre por inovações nessa área, continuo a buscar por técnicas, produtos e tendências. Sempre que posso faço cursos aperfeiçoamentos em São Paulo e Rio de Janeiro, frequento feiras de beleza para estar atenta as novidades no Brasil hoje em dia a profissional deve estar bastante atenta principalmente as tendências internacionais pois o acesso às novidades hoje é muito mais fácil que há alguns anos no qual a profissional tem acesso a *workshops* e aulas de escolas de beleza dos lugares que são mais tendência no mundo da moda e beleza internacionais. Eu acredito que estou conseguindo atender às exigências das minhas clientes pois mais do que atender as expectativas eu busco surpreendê-las.

#### 4.2.3 Empreendedora C

A empreendedora C começou a sua vida profissional aos 17 anos de idade, quando decidiu fazer um curso técnico de auxiliar em enfermagem e trabalhou dos dezoito aos vinte e

nove anos na área da saúde. Entretanto, ter independência financeira e trabalhar com o que realmente gosta sempre foi sonho da Empreendedora C. Influenciada por suas amigas e familiares decidiu conhecer melhor o ramo da beleza e investir em cursos na área:

Eu comecei no ramo da beleza fazendo design de sobrancelhas, eu sempre fiz as minhas próprias sobrancelhas e todas minhas amigas achavam lindas e sempre pediam para que eu fizesse o desenho de suas sobrancelhas. Na hora do almoço praticamente não sobrava tempo para almoçar porque estava sempre fazendo algum serviço de beleza em uma colega de trabalho, e isso me gerava um dinheiro extra toda semana, todos os meus conhecidos me incentivaram a fazer cursos na área da beleza até que resolvi me inscrever em curso de cabeleireira profissional pois isso me daria uma visão do mercado.

Durante o curso profissional a empreendedora C foi se interessando cada vez mais pela área da beleza e pelas oportunidades que o Empreendedorismo poderia contribuir para a sua independência financeira fez com ela investisse na nova carreira. Uma vez motivada, seus esforços a dirigiram para uma grande mudança, o que corrobora com a explicação de Robbins (2005) sobre Motivação ser o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de pessoas para o alcance de uma determinada meta.

Além do curso profissionalizante de cabeleireira, investiu também em *workshops*, oficinas e capacitações na área da beleza nas cidade de João Pessoa e Recife, onde ocorrem importantes feiras de beleza da região Nordeste, pois já entendia que, para progredir e se destacar nessa área, deveria oferecer um diferencial devido a grande concorrência e o nível de exigência das clientes:

Antes mesmo de finalizar o curso de cabeleireira profissional eu já estava apaixonada pela área e a possibilidade de trabalhar pra mim mesma me fez buscar conhecer melhor sobre Empreendedorismo e o que seria necessário para me tornar uma empreendedora de sucesso e para isso teria que me capacitar participei de muitos *workshops*, oficinas feiras de beleza aqui mesmo em João Pessoa e Recife além de cursos online na área. Todo profissional deve constantemente estar se capacitando para atender cada vez melhor os seus clientes principalmente nessa área da beleza que a concorrência é cada vez mais acirrada.

Quando finalizou o curso de cabeleira profissional e já tinha uma boa base teórica e prática, a Empreendedora C decidiu então dar início a sua vida de empreendedora e buscou fazer cursos de Empreendedorismo voltados para a área da beleza no SEBRAE onde, com

algumas consultorias, foi instruída a fazer um plano de negócios e pesquisa de mercado na região em que pretendia abrir seus espaço:

Quando finalizei os cursos de cabeleireira e sobre Empreendedorismo decidi que era hora sair do emprego como auxiliar de enfermagem e montar o meu próprio espaço e com o dinheiro que recebi da empresa em que trabalhava e o FGTS então procurei por um espaço que coubesse dentro do meu orçamento e de todas as despesas planejadas. Encontrei um espaço em uma avenida comercial com bastantes lojas de produtos de beleza e com bastante consumidoras femininas pela região então tratei logo de divulgar meu salão e as promoções de inauguração quando já estava perto do início do funcionamento. Fiz parceria com algumas lojas de maquiagens para que as lojas divulgassem os meus serviços e investi também em marketing digital que estava em no início na época mas era o suficiente pra divulgar o salão nas redes sociais da época nos grupos e fóruns da cidade.

A empreendedora C continua a investir em cursos de capacitação na área de serviços prestados e salão de beleza regularmente, e também no marketing digital para as divulgações de seus serviços nas redes sociais, pois é uma grande oportunidade de expor o trabalho de uma cabeleireira nos dias atuais:

Tento estar sempre por dentro das novidades na área da beleza e uma estratégia para sempre estar oferecendo serviços que seguem a tendência é busca sempre inovar criando combos promocionais especiais para os clientes fidelizados e principalmente para atrair novos clientes que são conquistados hoje em dia principalmente através das redes sociais onde busco sempre atualizar com fotos dos antes e depois de transformações, penteados e maquiagens feitas no salão funcionando como um portfólio do meu trabalho para os clientes.

#### 4.3 Resultados Referentes ao Objetivo Específico: Principais Dificuldades Encontradas na Abertura de Suas Empresas Pelas Cabeleireiras Empreendedoras Entrevistadas:

As principais dificuldades encontradas pelos pequenos empresários, na maioria dos casos, ocorrem devido a inexistência de um planejamento estratégico para o negócio, ou seja, pouco conhecimento acerca de atividades administrativas que auxiliam ao empreendedor compreender melhor a sua empresa e a área em que atua. Costa (2012, p. 69) enfatiza que “o esforço em identificar tendências e descontinuidades passa a ser uma ferramenta-chave para a determinação de rotas a serem escolhidas e seguidas pela organização”. É de grande importância se ter uma ampla visão para a tomada de decisão, podendo esta determinar o

rumo dos negócios. As dificuldades encontradas pelas empreendedoras cabeleireiras neste estudo são observadas em acordo com as percepções dos autor citado sobre as dificuldades relacionadas à ausência de conhecimentos necessárias sobre atividades administrativas para gerir a empresa de forma eficiente.

Outra dificuldade também reconhecida pelas empreendedoras se deve a crise financeira na economia brasileira, que tem afetado principalmente os pequenos e microempresários que, com a diminuição da demanda por seus serviços, exige ainda mais a capacidade do empreendedor de lidar com circunstâncias e cenários que requerem acertadas tomadas de decisão das quais depende o futuro da empresa.

O negócio, para ser eficaz, precisa conhecer suas condições e sua realidade econômica (DRUCKER, 1992), e é essa a opinião da empreendedora A, a qual acredita que deve-se conhecer bem as áreas do seu negócio, principalmente sobre a gestão financeira da empresa, para assim tentar gerir de forma mais consciente as resoluções de problemas e superar as dificuldades na vida empresarial.

#### **4.3.1 Empreendedora A**

Para a empreendedora A, a grande dificuldade são os desembolsos com custos fixos da empresa e, principalmente, quando se trata da carga tributária com a grande quantidade de impostos a pagar. Outra dificuldade é a oscilação dos preços de matéria-prima para a realização de seus serviços, por parte dos fornecedores, além das despesas com os custos variáveis que aumentam constantemente:

As maiores dificuldades de se manter um salão de beleza são os altos impostos e os custos para o funcionamento do salão, todo mês percebemos que os produtos vão aumentando os preços gradativamente e muitas vezes os fornecedores não cooperam e aumentam as tabelas de preços de forma que não conseguimos nos planejar antecipadamente, porém não podemos simplesmente repassar os valores para os clientes de um dia para o outro, temos que ir sensibilizando o cliente sobre a necessidade de ajustar os valores dos serviços prestados para que haja um equilíbrio entre a receita e os deveres a pagar. Contudo, infelizmente alguns clientes não estão dispostos a entender a justificativa do aumento dos preços e não aceitam pagar os novos valores, buscando muitas vezes outros profissionais que ofereçam um serviço mais barato porém de qualidade também será inferior.

Os desafios a serem superados como empreendedora cabeleireira se deram desde o início do negócio, de acordo com a entrevistada. A maior dificuldade ao iniciar a empresa foi a necessidade do alto investimento de capital inicial nos recursos operacionais do salão de beleza, desde a reserva financeira para os primeiros aluguéis do espaço a aquisição de mobília, equipamentos e produtos de beleza necessários, além do esforço para se ter um bom controle financeiro sobre os gastos nos primeiros anos até que houvesse o retorno dos investimentos:

Eu aprendi que ser empreendedora é superar desafios sempre, desde o início do negócio. O meu primeiro desafio foi investir o dinheiro que tinha da melhor forma possível no aluguel do salão, na compra dos móveis como os balcões, cadeiras, espelhos, secadores e os demais equipamentos que são necessários. Eu precisava também definir qual a marca de produtos de cuidados com os cabelos eu iria utilizar no salão, então precisava ser de boa qualidade mas que não pesasse tanto no meu orçamento, dessa forma a dificuldade era exatamente essa: investir o único dinheiro que eu tinha na época da melhor forma possível, tornando muito difícil para mim no início esperar o tempo de retorno do dinheiro que foi investido que só veio a começar a ter retorno no segundo ano do salão o suficiente para também reinvestir em melhorias no salão para otimizar os atendimentos e assim continuar o crescimento da empresa como atualmente.

#### **4.3.2 Empreendedora B**

A empreendedora B encontrou dificuldades no início do negócio pois a mesma possuía a desejo de empreender, contudo, não se sentia segura o suficiente quanto ao seu conhecimento sobre o mercado em que estava se inserindo em uma nova cidade. Então, para obter ajuda, ela buscou orientações sobre o mercado da beleza em João Pessoa com o SEBRAE:

Como João Pessoa era uma cidade totalmente nova pra mim eu fiquei insegura quanto a não saber os gostos das mulheres ou qual o tipo de demanda de serviços aqui na cidade, então procurei pelo SEBRAE e busquei por consultoria e me foi aconselhado a fazer pesquisa de mercado e planejamento para abertura do espaço e durante a pesquisa e também ao observar outros salões eu estava mais com dificuldades de entender a parte administrativa do que a prática pois eu já possuía uma boa base técnicas dos procedimentos dos serviços de cabeleireiros.



Outra dificuldade relatada pela entrevistada refere-se aos altos custos para se estar atualizado no mercado da beleza pois é necessário sempre um alto investimento para realização de cursos de modernização de novas técnicas e os novos produtos de beleza e tendências que custam um alto preço em comparação aos preço de mercado além do altos custos para manter um salão de beleza devido aos altos impostos, segundo a empreendedora B:

Um profissional da área de beleza deve sempre estar atualizado nas tendências para que seus serviços e seu salão se destaquem dos demais e para isso o investimento a se fazer é constante desde o início do salão até os dias atuais e geralmente essas atualizações necessitam de um alto investimento pois os valores dos cursos e produtos são muito altos. Outra grande dificuldade está nos altos impostos a pagar.

#### **4.3.3 Empreendedora C**

Quanto às dificuldades relatadas pela empreendedora C, atualmente é a concorrência que aumentou consideravelmente nos últimos três anos. Ela relata que a dificuldade não é lidar apenas com a presença de outras profissionais cabeleireiras na mesma área do seu salão, mas sim, a concorrência desleal da propaganda enganosa se suas concorrentes, que prometem o uso de produtos de boa qualidade como os dela, mas na realidade utilizam produtos inferiores, falsificando as embalagens. Essa atitude é desconhecida pelas clientes, que questionam o porquê dos serviços da Empreendedora C serem mais caros do que o da concorrência e a sua mão de obra:

... A dificuldade não é lidar com a concorrência pois o empreendedor deve saber lidar com essa situação e buscar estratégias para se destacar em negócio o problema é quando a concorrência é desleal eu conheço muito colegas cabeleireiras que são realmente profissionais porém há muitos salões que usam de maneiras que não são legais nem com os clientes nem com os colegas de profissão que pagam mais caro pelo produto que alguns mudam o conteúdo do frasco vendendo como se o produto fosse da marca demonstrada e cobrando assim um menor preço na oferta dos serviços levando a alguns clientes questionarem a diferença de preços na oferta do que para elas seria o mesmo serviço mas que na verdade não é.

Outras dificuldades relatadas pela empreendedora C são referentes aos custos com o aluguel do salão. que desde o início foi difícil arcar com esse custo fixo independentemente

do lucro, comprometendo boa parte da sua receita. Ainda precisa pagar os gastos com os custos dos produtos de fornecedores, que são valores altos:

Com os desembolsos com os custos do salão com o aluguel e os pagamentos de fornecedores compromete boa parte da receita mensal de contas a pagar e algumas vezes esse aumento repercute diretamente no valor dos serviços repassados aos clientes no preço final. Assim, a parte financeira do salão exige ser gerida e controlar sabiamente para que haja um equilíbrio financeiro e para ser uma cabeleireira empreendedora é necessário usar a inteligência para os negócios e amar o que faz.

Durante a pesquisa para este estudo foi observado que a motivação essencial para as mulheres entrevistadas é o amor pelo que realizam na profissão de cabeleireira. Este amor é evidenciado por meio dos relatos de como as mulheres cativaram-se pela área da beleza desde antes mesmo de se tornarem profissionais da área, e que o amor foi crescendo de acordo com o que aprendiam mais sobre a profissão.

Fica evidenciado também a dedicação pela busca em atender com excelência, mantendo-se sempre atualizadas para oferecer o melhor serviço às suas clientes. Apesar das dificuldades enfrentadas no decorrer da profissão, as cabeleireiras buscaram estudar e compreender mais sobre o mundo dos negócios e do Empreendedorismo, detectando melhor as suas dificuldades e as oportunidades no mercado da beleza pessoense.

O presente capítulo os resultados da pesquisa qualitativa que refere-se a análise dos dados coletados por meio das entrevistas semi-estruturadas as quais foram obtidas informações de forma oral onde as três Empreendedoras contaram as suas experiências de vida e profissionais referente a quais foram as oportunidades, facilidades e dificuldades encontradas pelas cabeleireiras no início de seus empreendimentos e contribuíram para sucesso das empresárias entrevistadas no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa-PB. O próximo capítulo apresentará as considerações finais deste estudo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve o propósito de analisar os fatores determinantes para o sucesso de mulheres empreendedoras que atuam como cabeleireiras no mercado da beleza na cidade de João Pessoa, no estado da Paraíba. Primeiramente foi feita a identificação dos perfis dessas mulheres empreendedoras, como a proposta do primeiro objetivo específico do trabalho, o que permitiu averiguar características mutuamente correspondentes entre as entrevistadas que possivelmente tenham motivado pela escolha da profissão. O amor pelo ofício de cabeleireiras é um fator que as empreendedoras possuem em comum, levando-as a buscar conhecimentos na área da beleza por meio de cursos para atualização constante e permanência no mercado.

O segundo objetivo específico teve como propósito verificar se houve e quais foram as oportunidades e as facilidades encontradas pelas cabeleireiras empreendedoras da área de beleza em João Pessoa. Os principais fatores em comum e pontos relatados nas entrevistas em relação às oportunidades foram a auto-identificação com a profissão, uma vez que as atividades desempenhadas, mesmo antes de se tornarem profissionais da área, foi um estímulo para trabalhar no ramo da beleza. Outra oportunidade foi perceberem que essa área mantém-se sempre com um bom potencial de crescimento no mercado da beleza de João Pessoa, podendo então proporcionar-lhes a desejada independência financeira, levando então as entrevistadas a investir nesse negócio e a constantemente buscarem se renovar no ambiente em que atuam oferecendo sempre um diferencial em seus serviços por meio de atualizações e inovação no mercado da beleza pessoense. Para o SEBRAE (2013), a identificação de uma oportunidade de negócios, como os serviços em salões de beleza, são o que mais motivam e despertam o desejo a empreender das brasileiras. Neste modo, as motivações relatadas pelas empreendedoras entrevistadas entram em concordância com o que aponta Machado *et al.* (2003) no qual ele afirma que os principais motivos para o empreendedorismo feminino no mercado da beleza são: o desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, flexibilidade de horários podendo conciliar o tempo entre profissão e a família, entre outros motivos.

Na identificação das facilidades percebidas pelas entrevistadas é possível constatar que as principais facilidades encontradas foram desde o princípio o reconhecimento de suas clientes pelos bons serviços prestados e o atendimento de qualidade que as cabeleireiras

sempre buscaram oferecer, proporcionando um bom número de indicações com o chamado *marketing* boca a boca, e também o aproveitamentos das empreendedoras das redes sociais para a promoção de seus serviços no salão, por meio de mídias digitais atualizando seu portfólio de trabalho nas redes sociais

A análise do último objetivo específico referente à verificação das principais dificuldades encontradas pelas cabeleireiras empreendedoras, de acordo com as informações extraídas da entrevista, identifica-se que as principais dificuldades em comum das empreendedoras cabeleireiras são relacionadas aos desembolsos financeiros necessários da empresa, no que se refere aos pagamentos de impostos em dia e aos altos fornecedores dos recursos e matérias-primas para a atividade fim de uma salão de beleza, o que exige das empreendedoras conhecimento de atividades administrativas, mesmo que o mínimo possível, e bom controle financeiro do fluxo de caixa, para assim tentar conciliar, de forma equilibrada, as receitas e despesas da empresa.

Durante o trabalho pudemos perceber que o amor das empresárias entrevistadas pela profissão que exercem é a razão para que a perseverança e busca contínua por melhores atendimentos e resultados em seus negócios. Tal dedicação renova-se a cada dia e possibilita que, além de cabeleireiras, se tornem empreendedoras de sucesso.

## REFERÊNCIAS

ARANHA, J. A. S. InterFaces: a chave para compreender as pessoas e suas relações em um ambiente de inovação”, São Paulo. Saraiva, 2009

BAGGIO A. F. BAGGIO D.K. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539 Disponível em <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/viewFile/612/522>> Acesso em 02.04.2019.

BARRETO, Ellen Nunes. Mulheres Ganhadoras do Prêmio Sebrae “Mulher de Negócios da Paraíba”: Histórico de Vida e Competências Empreendedoras. Disponível em: <[http://www.ccsa.ufpb.br/sesa/arquivos/monografias/2010.2/EMPREENDEADORISMO/MULHERES\\_GANHADORAS\\_DO\\_PREMIO\\_SEBRAE.pdf](http://www.ccsa.ufpb.br/sesa/arquivos/monografias/2010.2/EMPREENDEADORISMO/MULHERES_GANHADORAS_DO_PREMIO_SEBRAE.pdf)>. Acesso em: 25 março. 2019

BARON, R. A.; SHANE, S. A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. A bipolaridade do trabalho feminino no Brasil contemporâneo. Cadernos de Pesquisa. São Paulo: Fundação Carlos Chagas, n. 110. pp.67-104, julho 2000.

COSTA, A. M. da; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do Empreendedor e do Empreendedorismo. Revista de Administração Contemporânea - RAC, Curitiba, v.15, n.2, p. 179-197, mar./abr. 2011.

DOLABELLA, F. O segredo de Luisa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3º ed. Rio de Janeiro. Ed Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira, 1987

\_\_\_\_\_. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

FERREIRA, Aurélio B. de H. Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FILION, L. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. São Paulo. V. 34, n. 2, p. 05-28, abril/jun. 1999.

FORMALIZAÇÃO COMO MEI. O que é, como, onde posso me formalizar e quais são as vantagens de me formalizar. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-frequentes>> Acesso em: 26/03/2019

GOMES, Jorge Fornari. A Terceira competência: um convite a revisão do seu modelo de gestão. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil- Relatório GEM 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>> acesso em 25/03/2019

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Relatório GEM 2017. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL.web.pdf>> acesso em 24/03/2019.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2018/2019. Relatório GEM 2018. Disponível em: <<https://www.gemconsortium.org/report/50213>> acesso em 24/03/2019.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. Empreendedorismo. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004

LEITE, A., & Oliveira, F. (2007). Empreendedorismo e Novas Tendências. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35. Disponível em: Acesso em: 06 dez. 2010.

MACHADO, F. B. (2012). “Dilemas de Mulheres Empreendedoras em Empresas Inovadoras Nascentes”. In: Anais do Encontro da ANPAD. 36, Rio de Janeiro.

MACHADO, H. P. V; Barros, G. V. de & Palhano, D. Y. M. (2003). “Conhecendo a Empreendedora norte paranaense: perfil, porte das empresas e dificuldades de gerenciamento”. In: Anais do EGEPE- Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. 3. 2003, Brasília.

MACHADO, H. P. V.; NASSIF, V. M. Réplica – **Empreendedores: Reflexões sobre Concepções Históricas e Contemporâneas**. Revista de Administração Contemporânea - RAC, Rio de Janeiro, v.18, n.6, p. 892-899, nov./dez. 2014

MACHADO, H. P. V. *et al* . **O Processo de Criação de Empresas por Mulheres**. Revista de Administração de Empresas da Universidade de São Paulo. São Paulo, v. 2, n.2, p. 06-20, Jul/Dez. 2003.

MAN, T. W. Y.; LAU, T.; CHAN, K. F. The Competitiveness of small and medium enterprises: a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. Journal of Business Venturing. 17 (2002) p.123-142.

**MERCADO DA BELEZA PREVÊ CRESCIMENTO PARA 2019.** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-da-beleza-preve-crescimento-para-2019/>> acesso em: 25/03/2019

O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL - MEI: 3 - Formalização como MEI. 3.1 - O que é, como, onde posso me formalizar e quais são as vantagens de me formalizar? Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-frequentes>. Acesso em 26/03/2019

ROBBINS, S. P. (2005). Comportamento Organizacional. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

**RONDINELLI, Júlia Crescimento do setor de beleza no Brasil revela demandas de consumo.** Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/crescimento-beleza-brasil-consumo/>> acesso em 25/03/2019

SARFATI, G. (2013). Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. Revista de Administração Pública, 47(1), 25-48. doi: 10.1590/S0034-76122013000100002

SEBRAE. Uma análise sobre a taxa de empreendedorismo do Brasil. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/uma-analise-sobre-a-taxe-de-empreendedorismo-no-brasil,6a2c3e831153e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> acesso em 10/02/2019.

SEBRAE.Serviços de Beleza e Estética -Painel Setorial de Informações Estratégicas. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/P06%20Servi%C3%A7os%20Beleza%20e%20Est%C3%A9tica%20rev01\\_04052018.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/P06%20Servi%C3%A7os%20Beleza%20e%20Est%C3%A9tica%20rev01_04052018.pdf)> acesso em 10/02/2019.

SENGE, Peter M. A Quinta Disciplina: arte e prática da organização que aprende. 17 ed. São Paulo: Nova Cultural LTDA, 2004.

SILVA, Glauce Cerqueira Corrêa da, SANTOS, Luciana Mateus, TEIXEIRA, Luciane Alves et al. A mulher e sua posição na sociedade -da antiguidade aos dias atuais-. Rev. SBPH. vol.8, n.2, p.65-76, dez. 2005.

SIVAPALAN, A., & BALASUNDARAM, N. Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: scholars and undergraduates perspective. South Asian Academic Research Journals, 2(10), 24-42.(2012)

SPC BRASIL. O perfil da Empresária Brasileira. Disponível em: <[https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st\\_imprensa/spc\\_brasil\\_analise\\_mulher\\_empreendedor\\_a1.pdf](https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/spc_brasil_analise_mulher_empreendedor_a1.pdf)> acesso em 24/03/2019

VAN STEL, A.; CARREE, M.; THURIK, R.The effect of entrepreneurial activity on

national economic growth. Small business economics, v. 24, n. 3, p. 311-321,2005



## **APÊNDICE A - PROTOCOLO DE ENTREVISTA**

Os fatores determinantes para o sucesso de mulheres empreendedoras e cabeleireiras no mercado de salão de beleza na cidade de João Pessoa – PB

### **1. DADOS PESSOAIS**

- A. Data de nascimento
- B. Naturalidade
- C. Estado Civil
- D. Tem filhos? Se sim, quantos?
- E. Grau de escolaridade
- F. Tempo de atuação como cabeleireira
- G. Trabalhou em outras áreas antes de optar por ser cabeleireira? Qual?

### **2. DADOS PROFISSIONAIS**

- A. Ano de fundação da empresa?
- B. Natureza Jurídica do negócio
- C. A empresa possui sócios? Quantos?
- D. A empresa possui funcionários? Quantos?
- E. Quais são os serviços prestados pelo salão de beleza?
- F. Quantas horas de trabalho por dia em média?
- G. Quais e quantos dias de folga? Há um período de férias?
- H. Qual a renda média mensal da empresa (em salários mínimos)?
  - (        ) 1 a 5 salários
  - (        ) 6 a 10 salários
  - (        ) acima de 10 salários mínimos

### **3. DIA A DIA COMO EMPRESÁRIA E CABELEIREIRA**

- A. Descreva como é o seu dia como empreendedora?

- B. Como é gerir o salão de beleza e realizar o trabalho como cabeleireira mutuamente?
- C. Como concilia suas atividades como empresária cabeleireira e com as atividades pessoal do dia a dia?

#### 4. AS OPORTUNIDADES COMO CABELEIREIRA EM JOÃO PESSOA

- A. O que a fez optar por trabalhar como cabeleireira?
- B. Quais as principais requisitos para quem quer trabalhar como cabeleireira?
- C. Quais as oportunidades para uma empreendedora na área de cabeleireira na cidade de João Pessoa?
- D. Você teve incentivos financeiros públicos para iniciar a empreender em seu salão de beleza como cabeleireira no mercado de João Pessoa?
- E. Você percebe que a concorrência é acirrada em qual área de um salão de beleza?
- F. Quais foram as principais facilidades encontradas ao iniciar o empreendedorismo na área de cabeleireira?
- G. Quais são as principais facilidades encontradas nessa área atualmente?

#### 5. OS DESAFIOS COMO CABELEIREIRA EM JOÃO PESSOA

- A. Quais foram os principais desafios encontrados quando você ingressou no mercado de beleza de como cabeleireira?
- B. Você sente que deveria haver mais incentivos do governo ao empreendedorismo na área beleza na cidade de João Pessoa?
- C. Como é o relacionamento com os fornecedores?
- D. Quais são as principais dificuldades de trabalhar como cabeleireira em João Pessoa?
- E. O que faz você superar os desafios encontrados como empreendedora e cabeleireira?